



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas

Faculdade de Administração e Ciências Contábeis

Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação



Nathalia Fernandes da Costa

## O USO DE FERRAMENTAS GRATUITAS DA WEB 2.0 PARA A DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO: o caso do Twitter em Universidades Públicas Brasileiras (UPBs)

Rio de Janeiro

2011

Nathalia Fernandes da Costa

**O USO DE FERRAMENTAS GRATUITAS DA WEB 2.0 PARA A DISSEMINAÇÃO DA  
INFORMAÇÃO: o caso do Twiter em Universidades Públicas Brasileiras (UPBs)**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof. Maria Irene da Fonseca e Sá

Coorientadora: Prof. Mariza Russo

Rio de Janeiro

2011

C837u

Costa, Nathalia Fernandes da.

O uso de ferramentas gratuitas da web 2.0 para a disseminação da informação: o caso do Twitter em Universidades Públicas Brasileiras (UPBs) / Nathalia Fernandes da Costa; Rio de Janeiro, 2011.

37 f. ; 30 cm.

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Orientadora: Maria Irene da Fonseca e Sá; Coorientadora: Mariza Russo.

1. Twitter. 2. Web 2.0. 3. Sociedade da informação. 4. Redes Sociais. 5. Arquitetura da informação. I. Sá, Maria Irene da Fonseca. II. Russo, Mariza. III. Título.

CDD: 027.481

Nathalia Fernandes da Costa

O USO DE FERRAMENTAS GRATUITAS DA WEB 2.0 PARA A DISSEMINAÇÃO DA  
INFORMAÇÃO: o caso do Twitter em Universidades Públicas Brasileiras (UPBs)

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de  
Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação  
da Universidade Federal do Rio de Janeiro como  
requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em  
Biblioteconomia.

Aprovado(a) em:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Maria Irene da Fonseca e Sá  
Mestre em Engenharia de Sistemas e Computação pela UFRJ  
Orientadora

---

Prof. Mariza Russo  
Mestre em Ciência da Informação pela UFRJ  
Coorientadora

---

Prof. Ana Maria Carvalho  
Mestre em Computação pela UFF  
Banca

---

Prof. Vânia Lisbôa da Silveira Guedes  
Doutora em Linguística pela UFRJ  
Banca

Aos meus pais e minha avó, por todo amor  
e dedicação.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela força e equilíbrio.

A minha mãe, pela paciência, por toda a dedicação e por tudo que ela abriu mão por mim.

Ao meu pai que lá do céu, sei que está olhando por mim e torcendo pelo meu melhor.

A minha avó, que sempre me criou com muita dedicação e mimos, nunca negou esforços para me dar sempre o melhor.

Meu namorado que aturou meu mau humor, minha falta de paciência e irritação, sempre com muito carinho e amor.

Aos meus poucos e bons amigos, que mesmo com a vida de adulto, se fizeram presente nessa minha caminhada acadêmica.

Aos colegas de turma, especialmente, a Julia, Rayane, Mariana e Wanderson, pelos sorrisos, pelo incentivo, pelas conversas e o apoio de cada dia.

A professora Mariza Russo e a professora Maria Irene, pela dedicação e carinho destinados a esse trabalho e a minha pessoa.

A professora Vânia Guedes, pelos conselhos e amizade

“O essencial é invisível aos olhos”

Antoine de Saint-Exupéry

## RESUMO

COSTA, Nathalia Fernandes da. **O uso de ferramentas gratuitas da web 2.0 para a disseminação da informação:** o caso do Twitter em Universidades Públicas Brasileiras (UPBs). 2011. 18 f. Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação. Faculdade de Administração e Ciências Contábeis. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2011.

A Web 2.0 surge como uma rede colaborativa, e em sequência nascem as ferramentas gratuitas colaborativas, que permitem o compartilhamento e a divulgação da informação de maneira interativa, onde produtor e consumidor se confundem. Entre tais ferramentas encontra-se o Twitter, uma rede social, em grande expansão no Brasil, que tem por objetivo disseminar informação em tempo real. O presente estudo busca apresentar o uso da rede social Twitter para a disseminação da informação, por meio de uma pesquisa em Universidades Públicas Brasileiras e seus perfis institucionais. Exibe conceitos de Web 2.0 e sua evolução, assim como de sociedade da informação; explica o que são Redes Sociais e conceitua o objeto de estudo: Twitter. Por fim, apresenta o tópico Arquitetura da Informação e sua importância para se estruturar informações na Web, por meio do conceito de usabilidade. Através de um levantamento quantitativo e qualitativo, este trabalho tem por objetivo mostrar a importância e a facilidade em usar as ferramentas colaborativas gratuitas disponíveis na web 2.0 para disseminar e organizar a informação na conjuntura atual. Sendo pesquisados 107 perfis institucionais, onde a maioria é atualizada diariamente com informações relevantes e atualizados por estudantes.

Palavras-chave: Twitter. Web 2.0. Sociedade da informação. Redes Sociais. Arquitetura da informação. Usabilidade.



## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	9
2	JUSTIFICATIVA .....	11
3	OBJETIVOS .....	13
3.1	Geral .....	13
3.2	Específicos .....	13
4	METODOLOGIA .....	14
5	REFERENCIAL TEÓRICO .....	16
5.1	Web 2.0 .....	16
5.2	Rede Social .....	17
5.3	Twitter .....	18
5.4	Arquitetura da Informação .....	18
5.5	Usabilidade do Twitter .....	20
6	PESQUISA .....	24
6.1	Resultados UFMG .....	25
6.2	Resultados UFRJ .....	26
6.3	Resultados UFPB .....	27
6.4	Resultados USP .....	28
6.5	Resultados UNICAMP .....	29
6.6	Resultados UFF .....	30
6.7	Consolidação dos Resultados .....	31
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	33
	REFERÊNCIAS .....	35
	APÊNDICE .....	37

## I INTRODUÇÃO

Nos EUA, onde a internet tem sua origem, na década de cinquenta, a necessidade de superar tecnologicamente a União Soviética levou a pesados investimentos em tecnologia. Assim foi criada a Advanced Research Projects Agency (ARPA), cujo objetivo era engajar recursos de pesquisa, principalmente, do mundo universitário, a fim de fomentar a pesquisa em computação interativa. A criação da rede de computadores Arpanet, “permitia aos vários centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam para a agência compartilhar online tempo de computação” (CASTELLS, 2006, p. 14).

Segundo Cunha (2003, p. 71) “A revolução trazida pelo computador leva a reflexão de que o desenvolvimento do conhecimento há que sempre causar impactos e promover rupturas”. O conceito de sociedade da informação nasce da transformação causada por essa revolução, tendo como finalidade ser a “etapa do desenvolvimento da sociedade que se caracteriza pela abundância de informação organizada” (OLIVEIRA, 2005, p. 113). Essa rede, em sua evolução, se tornou mais do que um ambiente de acesso e uso da informação, mas também de compartilhamento e disseminação de conhecimento, e assim surge um novo espaço visto como colaborativo, chamado de Web 2.0.

Com o surgimento de novas tecnologias e da Web 2.0, é possível lidar com a informação de forma mais organizada e estruturada, e devido ao grande número de informação que circula todos os dias é preciso encontrar meios de filtrar, replicar e administrar tal fluxo e Castells (2006, p.8) corrobora tal afirmação dizendo que Internet “é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”. E Neste cenário, assistimos a um crescimento exponencial das ferramentas para *World Wide Web* (WWW), na medida em que com sua tamanha repercussão temos:

[...]a criação de espaços cada vez mais interativos, nos quais os usuários possam modificar conteúdos e criar novos ambientes hipertextuais. Estes recursos são possíveis devido a uma nova concepção de Internet, chamada Internet 2.0, Web 2.0 ou Web Social. (BLATTMANN; SILVA, 2007, p.192).

É nesse novo espaço que nascem as ferramentas colaborativas, que neste estudo estão representadas pelas redes sociais, que são espaços virtuais onde os usuários criam contas, ou

perfis pessoais ou institucionais e compartilham informações com os demais usuários. O objeto de estudo desta pesquisa é a rede social conhecida como Twitter, que funciona como uma ferramenta gratuita, de alcance mundial onde milhares de pessoas postam informações, a todo segundo, e essas informações percorrem a rede em tempo real, possibilitando uma disseminação instantânea de informação.

As redes sociais podem ser definidas como: “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. (MARTELO, 2001, p.72 apud TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005, p. 93)

Essas ferramentas que possibilitam tamanha divulgação de informação são hoje usadas por milhares de pessoas e organizações do mundo todo e já não são mais uma simples tendência, representam uma prática valiosa que deve ser usada no contexto atual, onde temos uma grande concentração de informação exposta na rede mundial e frente a isso necessitamos de ferramentas que possam filtrar e administrar tamanho fluxo.

A partir disso, e da necessidade de disseminação encontrada nas Universidades Públicas Brasileiras (UPBs), temos tais ferramentas como grandes aliadas dessas instituições, seja para fins educativos, informativos ou interativos, uma vez que possuem alcance mundial e são gratuitas.

O trabalho em questão justifica o porquê do tema escolhido estar sendo abordado, bem como expõe os objetivos, geral e específicos; e explica a metodologia a ser utilizada para tal desenvolvimento. Aborda o surgimento da visão 2.0 de Web, das Redes Sociais, do Twitter e sua conceituação, apresentando ainda como apêndice um glossário, dos termos utilizados no Twitter. Discorre sobre o tópico Arquitetura da informação (AI) e ressalta a usabilidade do Twitter. Por fim, este trabalho apresenta a pesquisa realizada nas UPBs escolhidas, e os resultados obtidos, para finalmente apontarmos as considerações finais do estudo.

## 2 JUSTIFICATIVA

Atualmente, é crescente a quantidade de informações que nos chegam e o tempo de cada indivíduo se torna escasso frente a essa explosão de informações; desta forma, é preciso acompanhar as tecnologias e o crescimento informacional da melhor maneira possível, e as ferramentas Web 2.0 permitem reunir todos os assuntos que nos interessam em uma única página, através das recentes e numerosas redes sociais.

O espaço virtual que vivemos hoje

provocou várias alterações, principalmente nas concepções de espaço e tempo, na possibilidade de compartilhamento de tudo o tempo todo, na abstração dos limites físicos, no conceito de consumo da informação e do conhecimento. Não há mais distância, território, domínio e espera: vive-se o aqui e o agora (BORGES, 2004, p. 58).

Frente à Web 2.0 com suas ferramentas e o homem como um ser social, temos a necessidade de interação e comunicação entre as pessoas e, conseqüentemente, as organizações. As redes sociais surgem nesse cenário para suprir necessidades frente a escassez do tempo e a quantidade exacerbada de informações divulgadas na internet, e as relações sociais passam do espaço físico para o virtual de acordo com o crescimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs).

As redes sociais favorecem a estruturação da informação de forma coletiva, colaborativa, onde todos podem fazer parte da disseminação; e o Twitter é visto como uma nova ferramenta de trabalho disponível no ambiente 2.0, onde existe a criação e divulgação mútua de conhecimento entre usuário e produtor.

Qualquer pessoa pode fazer parte do Twitter, é só criar um perfil e começar a divulgar suas informações que em segundos percorrem o mundo. É vista como uma ferramenta totalmente colaborativa e de comunicação instantânea.

De acordo com Lévy (2000, apud BLATMANN; SILVA, 2007), a existência de uma Internet colaborativa possibilita a disseminação da inteligência coletiva. Dessa forma, concluímos a importância da utilização da ferramenta Twitter para a divulgação de informação de forma interativa.

Segundo Pavão Júnior e Sbarai (2010, p. 84) “atualmente, há 105 milhões de usuários do Twitter espalhados pelo mundo. E todos os dias, 600 milhões de buscas e 65 milhões de mensagens movimentam a rede”.

Com toda a expansão e inovação disponibilizada pelas redes sociais, assistimos ao crescente uso de tais redes pelas UPBs, como fonte de disseminação e administração da informação. Uma vez que o Twitter cresce e ganha cada vez mais usuários, as organizações começam a utilizá-lo

Uma vez vistos os aspectos de usabilidade, encontrados na ferramenta chamada Twitter, como sua simples interface, sua gratuidade, seu alcance mundial, sua possibilidade de utilização em dispositivos móveis e a ausência de uma necessidade de treinamento, devido a facilidade encontrada na rede, qualquer pessoa é capaz de atualizar e gerir as informações.

Desta forma, este trabalho pretende mostrar que o Twitter pode ser uma valiosa ferramenta, a fim de funcionar como canal entre universidade e comunidade, devido a sua utilidade na disponibilização da informação em um ambiente interativo.

### 3 OBJETIVOS

#### 3.1 Geral:

Investigar o uso que as UPBs fazem do Twitter, a fim de demonstrar que tal ferramenta pode e deve ser usada para a disseminação de informação no meio acadêmico.

#### 3.2 Específicos:

- Mostrar a importância da rede social, Twitter, como disseminadora de informação, sua repercussão e expansão.
- Identificar aspectos de usabilidade encontrados no Twitter.
- Identificar a natureza e a importância do material informacional distribuído pelo Twitter em UPBs.

#### 4 METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e outra no próprio instrumento de pesquisa, Twitter, tanto em língua portuguesa como inglesa e espanhola, realizando buscas com as palavras chaves *rede social*, *Twitter*, *ferramentas colaborativas*, *Web 2.0* e *usabilidade*.

O estudo pesquisou o serviço de *microblogging* Twitter, no perfil de UPBs e, para uma melhor assimilação, foram feitas pesquisas quantitativas e qualitativas nessas instituições, e as universidades foram escolhidas a partir do uso que fazem da rede Twitter.

As UPBs pesquisadas que mais fazem uso da ferramenta são a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), a Universidade Federal Fluminense (UFF), a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e a Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Essas UPBs foram pesquisadas na ferramenta Twitter e também em sites de buscas, e em seguida foi feito um levantamento de seus perfis e posteriormente seu monitoramento.

Na pesquisa foi levantado que a UFMG possui 27 perfis, a UFRJ 25, a UFPB 16, a USP 14, a UNICAMP 13 e a UFF 12. Lembrando que a quantidade de perfis não está relacionada ao uso que as UPBs fazem da ferramenta, uma vez que existem perfis abandonados sem atualização, e isso foi levado em consideração nesta pesquisa.

Esse estudo pretende ainda levantar quem controla tais perfis, se são docentes ou estudantes, a fim de demonstrar a facilidade no uso da ferramenta, a simplicidade em sua interface possibilitando que qualquer pessoa possa utilizá-la. Para isso, foram enviadas Direct Messages (DM), para todos os perfis perguntando quem os controlam; esse levantamento será detalhado.

Foram pesquisados no total 107 perfis, dentre os quais nem todos são institucionais, mas divulgam informações pertinentes às UPBs; seus perfis foram monitorados por cerca de dois meses, a fim de levantar a natureza das informações divulgadas e sua periodicidade.

As informações divulgadas dizem respeito a concursos, como vestibular, a eventos, como palestras e congressos, informações a respeito do dia a dia da universidade, e cada perfil possui informações específicas do seu curso ou departamento.

No resultado da pesquisa serão apresentadas as informações divulgadas pelos perfis, que foram divididas em:

- Informações sobre concursos/ingressos
- Informações sobre eventos/ congressos/palestras
- Informações específicas
- Outros

Foi realizado um levantamento, a fim de saber o que está sendo divulgado nas universidades por meio dessa ferramenta, sua atualização, a natureza das informações e a quantidade de perfis. Para um melhor entendimento, foi disponibilizado um glossário, contendo o tipo de linguagem utilizada na rede social (APÊNDICE).



## 5 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse tópico serão apresentados alguns conceitos e considerações, a cerca da Web 2.0, Rede Social, Twitter, Arquitetura da informação(AI) e usabilidade com a finalidade de fundamentar e justificar a pesquisa.

### 5.1 Web 2.0

A web vem sofrendo modificações ao longo do tempo; antes era vista como um ambiente digital estático, e estava nas mãos de poucas pessoas, aquelas que dominavam as linguagens de programação, e essa é a característica denominada, por Tim O'Reilly (2005), como Web 1.0. Mas, com o passar do tempo, foi percebida uma modificação no conceito de Web, e O'Reilly notou que haviam novas características: as empresas que haviam chegado até ali, eram todas colaborativas, e nelas os usuários eram consumidores, mas também produtores de informação; o ambiente anteriormente chamado de estático, agora era interativo. Esse novo momento foi denominado Web 2.0, termo surgido em uma conferência em 2004, pela MediaLive e O'Reilly Media, realizada em São Francisco (Califórnia, EUA).

Assim, a Web 2.0 passa a ser descentralizada; neste ambiente, o sujeito se torna um ser ativo, participando da criação, seleção e troca de conteúdo. Nesse novo cenário, os arquivos ficam disponíveis on-line, e dessa forma são acessados em qualquer lugar e momento, sendo que qualquer alteração é realizada automaticamente na própria web. De acordo com esse novo cenário, observamos a existência de uma organização social, chamada de sociedade da informação. Tal sociedade participa da Internet de forma ativa, vendo essa rede como um ambiente não apenas de compartilhamento, mas de produção e disseminação de conhecimentos acontecendo de forma mútua. (BLATTMANN; SILVA, 2007, p. 198).

Essa nova concepção de Web, chamada de 2.0, acaba alterando a vida dos profissionais e modificando suas atuações em suas áreas. Com a grande produção de informação e as novas tecnologias, é possível participar desse ambiente 2.0 de qualquer lugar e a qualquer hora, e isso pode ser observado nos sites de redes sociais, que explodiram nos últimos anos, rompendo barreiras e mostrando que a interatividade no ambiente digital acontece de forma colaborativa, onde receptor e produtor se misturam e se confundem.

## 5.2 Rede Social

As pessoas sempre estiveram ligadas por relações sociais, seja com a família, com os colegas de trabalho ou com os amigos. Com a expansão da internet, essas relações ficaram mais fortes, e sólidas e foram ganhando uma dimensão maior, devido aos sites de redes sociais na web, que funcionam como redes de relações, estreitando os laços, e permitindo que as pessoas mantenham contato, independente de distâncias culturais, físicas, econômicas ou sociais.

Entende-se por rede social: “quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações [...]” (GARTON; HAYTHORNTHWAITE; WELLMAN; 1997 apud RECUERO, 2009, p.15).

Os sites de rede social possuem enorme destaque no contexto atual, com uma expansão veloz e significativa, e foi esse fenômeno que contribuiu para o espaço colaborativo da Web 2.0. Como resultado, é possível se conectar com o mundo todo, gerar conteúdo e lançá-lo na rede em tempo real, trocar e disseminar informações através de qualquer dispositivo móvel ou não, conectado à internet.

As redes sociais virtuais, devido a sua grande repercussão, são utilizadas para diversos fins como: diversão, divulgação de notícias, aproximação de pessoas, acesso à informação, socialização de grupos, discussão de ideias, entre outros. Sua funcionalidade se estende desde pessoas comuns a grandes empresas e instituições de governo, onde cada uma utiliza tal ferramenta para os fins desejados e determinados, como os já citados acima.

De acordo com estudo de Boyd e Ellison, podem-se definir os sites de redes sociais como: serviços baseados na rede, que permitem aos indivíduos construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, articular uma lista de outros usuários com quem compartilham uma conexão, e ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema (BOYD; ELLISON, 2007, tradução nossa).

### 5.3 Twitter

O Twitter foi criado em 2006, por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone; teve seu auge no início do ano de 2009, chegando até o Brasil e se tornando uma das ferramentas mais utilizadas por aqui, mas só agora em 2011 começou a falar nossa língua, em sua nova versão em português. É uma rede social que segue a estrutura dos *blogs*, sendo classificado como um *microblogging* por cada *post* só poder conter até 140 caracteres, sendo que *post* é uma publicação de autoria pessoal, que por meio da rede é visualizada por diversas pessoas.

No site do Twitter temos a seguinte conceituação: “Twitter é uma rede de informação em tempo real, alimentada por pessoas ao redor do mundo, que permite a você compartilhar e descobrir agora o que está acontecendo.” (TWITTER, 2010, tradução nossa).

O Twitter perguntava em sua página principal “O que você está fazendo”, hoje mudou a pergunta para “O que está acontecendo?” pois devido à abrangência que alcançou, as pessoas não só diziam o que estavam fazendo, como dizem tudo o que querem “e dissemina a resposta ao redor do globo para milhões, imediatamente” (TWITTER, 2010, tradução nossa).

No ambiente atual, com novas tecnologias sendo lançadas a todo momento e a necessidade de estar conectado 24 horas ao mundo virtual, “Diferentemente da maioria dos produtos de rede social, o Twitter foi claramente desenvolvido com o usuário móvel em mente” (CUDDY, 2009, p. 170). Essa forma móvel acaba transformando o comportamento dos usuários, o que causa uma alteração em seu cotidiano. A versão chamada *mobile*, de diversos sites, pode ser acessada de qualquer dispositivo móvel, expandindo assim a disseminação da informação.

O Twitter possui características bem marcantes: tem uma página inicial simples, uma interface voltada para o usuário, onde os membros da rede se sentem à vontade para postar suas informações e seguir as informações expostas por outras pessoas. Dessa forma, as informações são trocadas; quem produz e quem utiliza trabalham juntos, com um objetivo em comum: fazer com que a informação percorra o mundo em segundos.

## 5.4 Arquitetura da Informação

O termo Arquitetura da informação (AI) foi cunhado por Wurman nos anos 1970, e segundo Agner (2009 p. 78), envolve o *design*, a análise e a implementação de espaços informacionais. A viabilidade deste termo, a partir da segunda metade dos anos 1990, coincidiu com o momento em que a internet atingiu sua massa crítica, em que as novas tecnologias e os meios de comunicação alteraram o modo como a informação é organizada e disponibilizada e, justamente, a arquitetura da informação lida com esses aspectos.

A AI surge como uma disciplina que tem por objetivo avaliar e direcionar os recursos digitais para as necessidades do usuário, de forma que a navegação e o uso possibilitem melhor interação entre os espaços informacionais e o ser humano. Essa nova metadisciplina concorre para que se transforme a necessidade dos usuários em ação e se atinja assim seus objetivos com sucesso. A importância da AI está ligada ao crescimento das conexões aos espaços informacionais, principalmente por pessoas comuns, sem conhecimentos específicos acerca do meio digital.

De nada adianta existirem websites que disponibilizem diversas informações, se as mesmas não estiverem organizadas, e estruturadas de forma correta, da melhor forma possível para sua recuperação; o usuário precisa encontrar o que deseja, e seu tempo não deve ser desperdiçado. Nesse momento, entra o trabalho do arquiteto da informação, para estruturar e categorizar cada informação disponível, a fim de tornar a busca do usuário mais eficaz.

Para tal, é preciso estudar e conhecer as necessidades de seus usuários, saber o que precisam e o que buscam nos *websites*. Alguns buscam clareza, simplicidade; outros possuem necessidades mais específicas e o profissional da AI precisa estar preparado para construir *websites* de acordo com as necessidades de seus usuários. Assim “Aos que projetam sites devem considerar os padrões estéticos em voga e adequá-los às expectativas do usuário e as restrições do meio.” (Agner, 2009, p. 62). Sendo assim, há que se buscar a perfeita integração entre aparência, organização e perfil do usuário.

## 5.5 Usabilidade do Twitter

Um dos motivos que torna as redes sociais tão populares e atraentes é sua fácil utilização e a simplicidade de sua interface, voltada exclusivamente para o usuário.

Segundo Agner (2009), existem alguns princípios que podem ser usados em qualquer interface; dentre eles, vale ressaltar o que diz respeito ao controle, que deve ser do usuário, e que, segundo o autor, representa a essência da usabilidade. Os usuários precisam ter a sensação de controlar o sistema e nunca o contrário.

Algumas facilidades foram possibilitadas pelo objeto de estudo, o *microblogging*, como – “A comunicação instantânea” (Agner, 2009, p. 60). e como exemplo disso temos os *posts* utilizados pelos usuários do Twitter, e sua divulgação em tempo real para toda uma rede universal. O autor argumenta também que “A homepage deve conter informações que interessem ao usuário” (Agner, 2009, p. 62), e no caso do Twitter a sua página principal apresenta uma lista de interesses escolhidos pelo próprio usuário. Outra característica encontrada no Twitter é o uso de hipertexto, que permite a liberdade de navegação.

Aspectos de usabilidade, que serão explorados neste estudo, são: a Auto-explicação que se refere ao produto, que se é bem formulado, o usuário aprende a trabalhar com ele à medida que vai usando; a Transferência de tecnologia em que um produto, uma vez criado e após demonstrado, sua eficiência e eficácia podem ser apropriadas por outros usuários, além daqueles considerados público-alvo; Consideração dos recursos do usuário que diz respeito a evitar sobrecargas sensoriais, pois quando existe muita informação junta deve-se destacar o mais importante; e por último, o Controle do usuário pois deve existir o máximo controle possível do usuário na sua interação com o produto.

De acordo com Nielsen (2000, p. 49) temos suas heurísticas que são 10 itens para a avaliação da usabilidade de um site, listados abaixo:

### 1) Feedback

- O sistema deve informar ao usuário sobre o que ele está fazendo;
- 10 segundos é o limite para manter a atenção do usuário.

2) Falar a linguagem do usuário

- A terminologia deve ser baseada na linguagem do usuário e não orientada ao sistema.

3) Saídas claras

- O usuário controla o sistema, podendo abortar uma tarefa ou desfazer alguma operação e retornar ao estado anterior;

4) Consistência

- Um mesmo comando ou ação deve ter sempre o mesmo efeito;
- A mesma operação ou ação deve ser apresentada na mesma localização e deve ser apresentada da mesma maneira para facilitar o reconhecimento.

5) Prevenir erros

- Evitar situações de erro;
- Conhecer as situações que mais provocam erros e modificar a interface para que estes erros não ocorram.

6) Minimizar a sobrecarga de memória do usuário

- O sistema deve mostrar os elementos de diálogo e permitir que o usuário faça suas escolhas, sem a necessidade de lembrar de comandos específicos.

7) Atalho

- Importante para usuários experientes executarem operações mais rapidamente;
- Função de volta em sistemas de hipertexto.

8) Diálogos simples

- Apresentar exatamente a informação que o usuário necessita, nem a mais nem a menos;
- O sistema deve conter somente informações relevantes à realização de tarefas.

9) Boas mensagens de erro

- Linguagem clara e sem códigos;
- Devem ajudar o usuário a entender e resolver o problema;
- Não devem culpar ou intimidar o usuário.

#### 10) Ajuda e documentação

- O ideal é que um software seja tão fácil de usar que não necessite de ajuda ou documentação;
- Se for necessária a ajuda deve estar acessível on-line.

O Quadro 1 apresenta alguns pontos fortes no Twitter, de acordo com as heurísticas acima:

Quadro 1 – Heurísticas e o Twitter

<b>Heurísticas:</b>	<b>Twitter possui como característica positiva:</b>
1 Feedback	X
2 Falar a linguagem do usuário	
3 Saídas claras	X
4 Consistência	X
5 Prevenir erros	X
6 Minimizar a sobrecarga de memória	
7 Atalhos	X
8 Diálogos simples	X
9 Boas mensagens de erro	X
10 Ajuda e documentação	X

Os pontos positivos que podemos observar no Quadro 1, como o Feedback, o sistema do Twitter em todos os seus processos informa o usuário do que está acontecendo e o que o usuário está fazendo; Sobre as saídas claras, os usuários podem a qualquer momento

abortar uma ação, inclusive a ação de postar algo, pode ser revertida, uma vez que aconteça arrependimento ou erro.

No ponto consistência, temos o site se comportando e se apresentando da mesma maneira em todas as suas páginas, facilitando seu entendimento e evitando surpresas e possíveis novidades negativas frente ao usuário. Quanto ao item Prevenir erros, no início a interface do Twitter continha alguns erros, mas com o tempo e experiência o sistema foi modificado para prevenir os erros passados e alguns futuros. Os Atalhos são visivelmente apresentados para os mais experientes, e os iniciantes possuem suas ações bem marcadas e definidas, ambos conseguem se movimentar sem danos aos outros. Sobre diálogos simples, o sistema apresenta apenas o que o usuário precisa, e ainda, em cada página pessoal, temos as informações pertinentes e escolhidas por cada usuário, apenas o que lhe interessa, tendo essa característica como uma das mais importantes e positivas. O sistema ainda apresenta boas mensagens de erros; a toda ação errada o sistema responde prontamente, explicando o erro e como se deve consertá-lo. Por último, no item Ajuda e documentação, o Twitter possui como característica marcante sua simplicidade, excluindo a necessidade de conter página de ajuda ou de documentação; todo o sistema é óbvio. Sobre os pontos negativos, podemos dizer que o sistema do Twitter não fala necessariamente a linguagem do usuário, uma vez que a linguagem já é pré-determinada, é própria da rede social, usada universalmente, mas já existem traduções e gírias próprias de alguns países, mudando um pouco a linguagem exigida pelo sistema, mas lembrando que existe apenas na fala, na página da rede a linguagem permanece a mesma. Sobre minimizar a sobrecarga de memória, o usuário precisa ficar decorando alguns comandos, lembrar de determinados caminhos e passos.

Entre as 10 heurísticas apresentadas, vimos que apenas duas são negativas, demonstrando assim que o sistema do Twitter possui muitos pontos positivos. A usabilidade deste se configura de forma eficiente e eficaz, tornando a visita do usuário simples, e agregando cada vez mais usuários pela sua simples interface e a facilidade de seus comandos.



## 6 PESQUISA

A pesquisa proposta neste trabalho será quantitativa e qualitativa, focalizando os perfis das UPBS presentes no Twitter. Foram pesquisadas algumas universidades e entre essas foram escolhidas as que mais fazem uso dessa ferramenta colaborativa; as pesquisas foram realizadas tanto com o objeto de estudo, Twitter, como também com ferramentas online de buscas, como o Google.

Quadro 2 - Universidades Públicas Brasileiras que mais utilizam o Twitter e a quantidade de perfis pesquisados e analisados.

<b>Universidades pesquisadas</b>	<b>Qntd. de perfis</b>
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	27
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	25
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	16
Universidade de São Paulo (USP)	14
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)	13
Universidade Federal Fluminense (UFF)	12
Total de perfis estudados:	107

Os perfis foram monitorados por dois meses, e após esse tempo as informações expostas na rede pelas UPBS foram analisadas, sendo posteriormente julgada a sua natureza, a fim de demonstrar a importância e relevância das informações divulgadas na rede social.

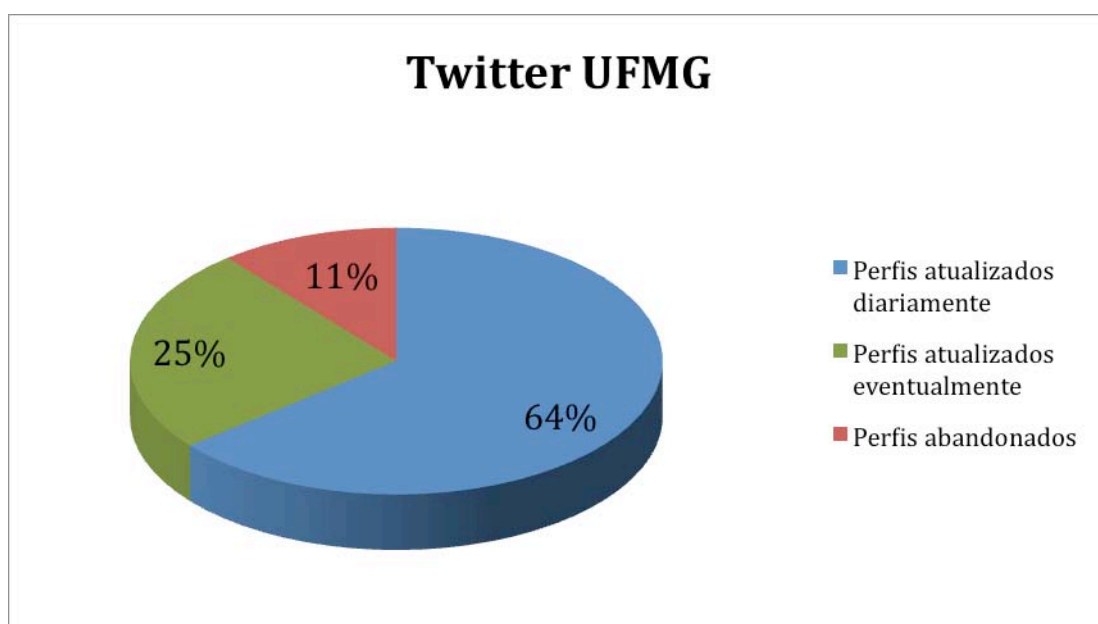
## 6.1 Resultados UFMG

Entre os 27 perfis pesquisados da Universidade Federal de Minas Gerais, foi possível observar que a maioria é atualizado diariamente, com informações referentes à universidade e seus departamentos. São divulgados eventos, concursos, notícias etc; Alguns perfis foram abandonados a mais de um ano, contendo apenas informações de boas vindas, não possuindo relevância para a Universidade. Uma pequena parcela não atualiza diariamente o perfil, divulgando eventualmente informações importantes.

Também foi observado que a maioria dos perfis são controlados por docentes, e uma pequena parcela por estudantes, nesse ponto conseguiu-se ver a diferença das informações, onde os estudantes divulgam notícias importantes e insatisfações, e já os docentes se limitam apenas a informações positivas a instituição.

As perguntas realizadas pelos Followers (seguidores), como dúvidas, são respondidas com mais frequência nos perfis que são atualizados diariamente. Importante dizer que as perguntas pesquisadas não fazem parte das DMs, uma vez que estas são particulares.

Dos 27 perfis, dois são de bibliotecas da UFMG, divulgando informações pertinentes aos usuários das bibliotecas, como acervo, multas, prazos de empréstimos e novidades, estando entre os mais atualizados.



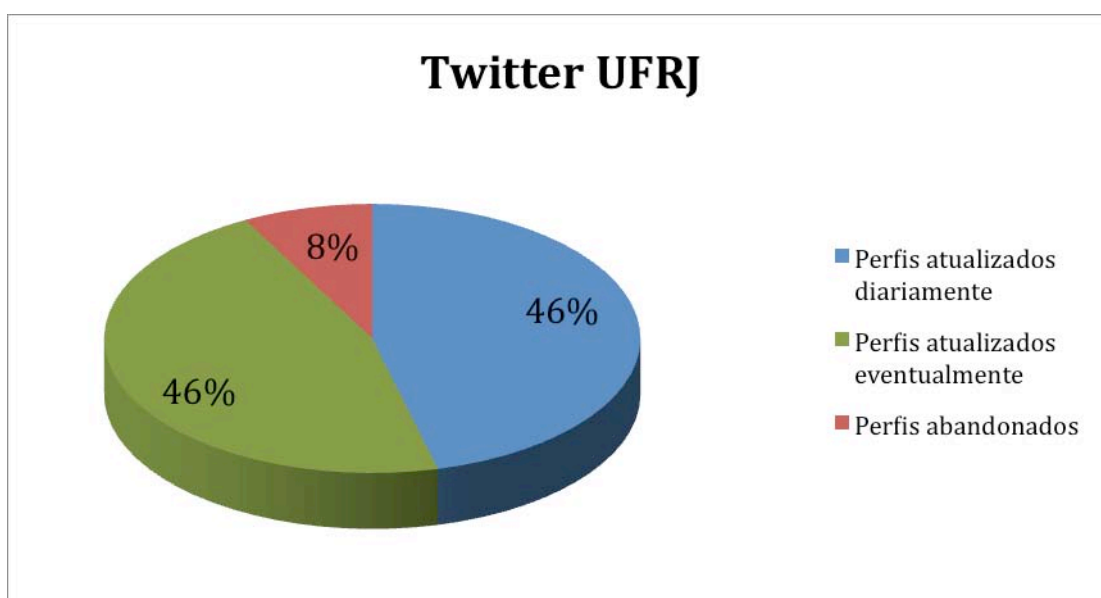
## 6.2 Resultados UFRJ

Na UFRJ foram pesquisados cerca de 25 perfis, uma grande parcela é atualizada diariamente e outra é atualizada eventualmente, ambas divulgando informações importantes referentes a concursos, eventos, funcionamento. Poucos foram abandonados, contendo apenas poucas informações, em sua maioria de boas vindas e apresentação.

Muitos perfis são controlados por estudantes, e uma parcela menor por docentes, existindo uma diferença nas informações, uma vez que os estudantes divulgam diversos tipos de informação, como eventos externos e os docentes de restringem a informações apenas internas.

As perguntas dos Followers (seguidores) são quase que prontamente atendidas, foi percebida uma grande atenção em relação a essas questões.

Dos 25 perfis, oito são de bibliotecas, e passam informações a respeito do acervo, como novas inclusões, e informações de como se cadastrar nas bibliotecas, prazos de empréstimo e notícias, estando entre os mais atualizados.



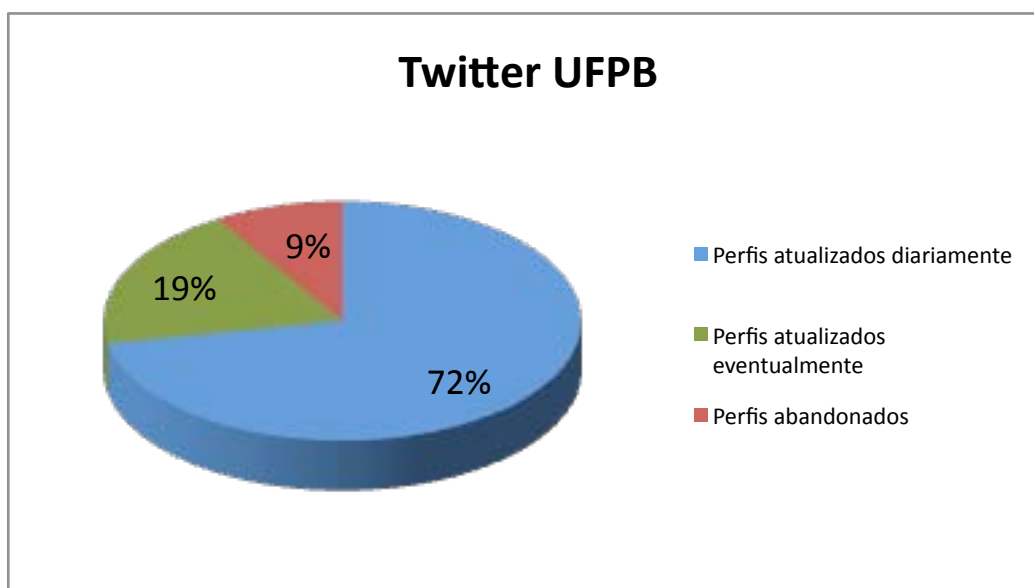
### 6.3 Resultados UFPB

Foram pesquisados 16 perfis da UFPB, e a grande maioria é atualizada diariamente, poucos são eventualmente e muito poucos foram abandonados, sendo divulgadas informações mais específicas de acordo com o perfil e seu foco.

A maioria é controlada por docentes, sendo divulgadas notícias, eventos, concursos etc. Os perfis são controlados tanto por docentes como por estudantes, onde não existe grande discrepância. Apenas foi observada uma diferença na natureza e quantidade de informações, onde os estudantes divulgam mais e sobre diversos assuntos.

As perguntas e solicitações dos Followers (seguidores), são respondidas diariamente, sendo percebida uma grande troca de informação entre produtor e usuário.

Entre os 16 perfis, apenas um é da biblioteca central da UFMG, divulgando informações sobre o acervo e novidades, sendo um dos mais atualizados.



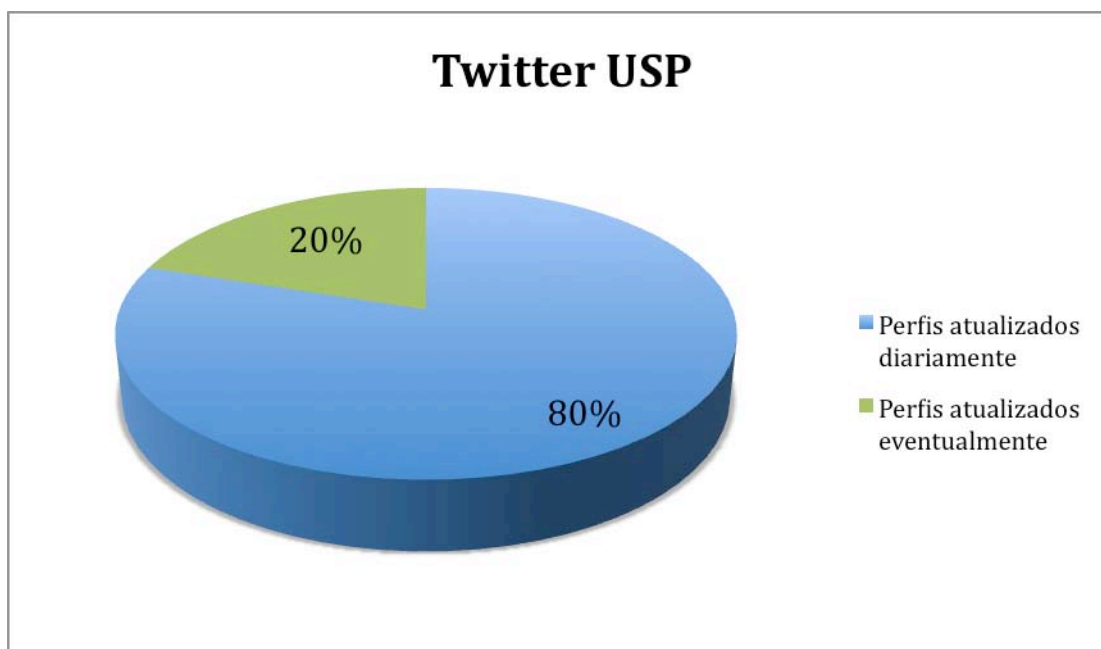
#### 6.4 Resultados USP

Foram pesquisados 14 perfis da USP, onde quase todos são atualizados diariamente e nenhum foi encontrado abandonado. É fácil perceber a grande utilização que a universidade faz da ferramenta Twitter, tanto para disseminar informação como uma ferramenta de administração. Divulgando informações de quase todas as áreas da instituição, a respeito, de novidades, concursos, eventos, educação, pesquisa etc.

Existe um equilíbrio em quem controla os perfis, entre os estudantes e os docentes. Ambos divulgando todo tipo de informação, como os citados acima.

As perguntas realizadas pelos Followers (seguidores), são sempre atendidas, uma vez que a maioria dos perfis são atualizados diariamente.

Dos perfis pesquisados a metade, sete perfis, são de bibliotecas, divulgando todo tipo de informação, desde novidades nos acervos, até eventos nas próprias bibliotecas como também em outras que não fazem parte da instituição.



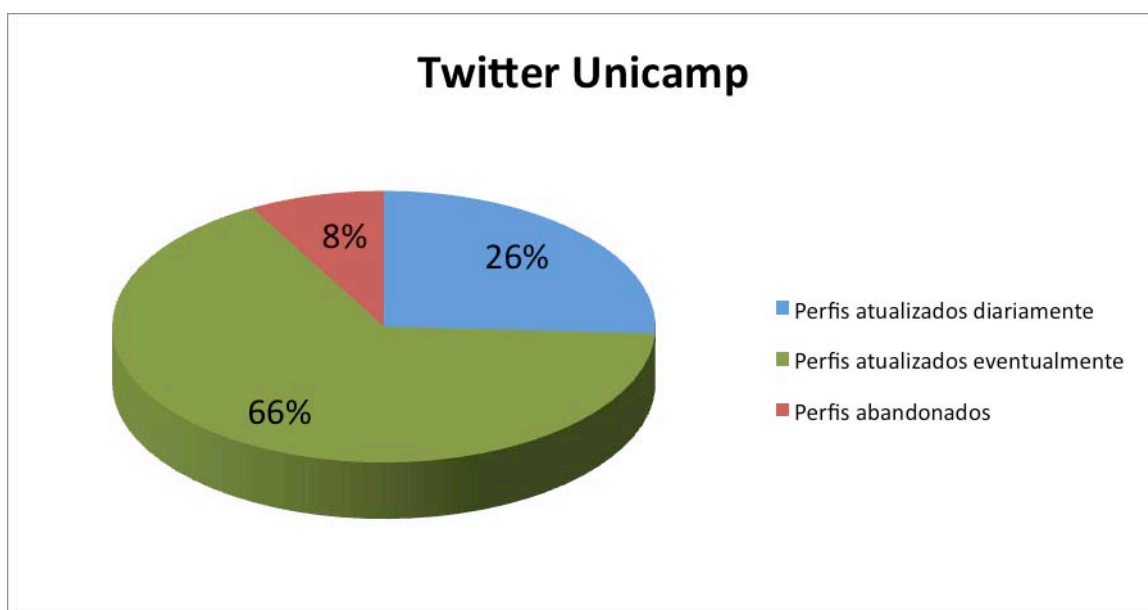
## 6.5 Resultados UNICAMP

Dos 13 perfis pesquisados da UNICAMP, a maioria se encontra atualizado eventualmente, e poucos foram abandonados. A natureza das informações diz respeito sempre a concursos, eventos e assuntos específicos de acordo com o perfil.

A maioria é controlada por docentes, e muito poucos por estudante, e foi possível observar que os controlados por estudantes são atualizados com mais frequência dos que os outros.

As solicitações e perguntas dos Followers (seguidores), não são respondidas diariamente, existindo assim um visível distanciamento entre produtor e usuário.

Foram encontrados três perfis de bibliotecas, controlados por docentes, bibliotecários, que são os mais atualizados, e que mais possuem troca de informação com os seguidores.



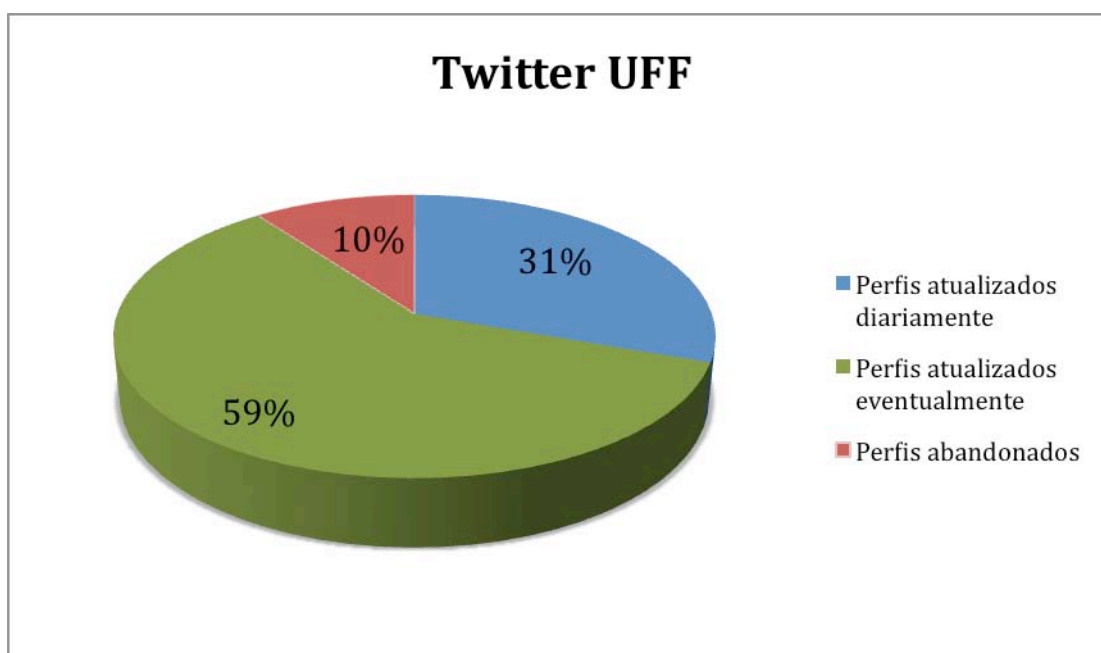
## 6.6 Resultados UFF

Foram pesquisados 12 perfis, metade são atualizados eventualmente e a outra metade é composta de perfis abandonados e perfis atualizados diariamente. As informações divulgadas são a respeito de eventos, concursos, vestibular etc. Cada perfil se limita a informações relevantes para o seu departamento, se o perfil é do curso de matemática, as informações divulgadas estão todas ligadas à disciplina, seja dentro da instituição como também informações externas, mas sempre pertinentes à área.

A maioria é controlada por estudantes, e uma pequena parcela por docentes, onde os atualizados pelos estudantes divulgam informações de diversas naturezas e os controlados por docentes são mais limitados, sendo menos atualizados também.

As perguntas feitas pelos Followers (seguidores), seguem a atualização, são respondias eventualmente e poucas diariamente.

O único perfil de biblioteca encontrado é diariamente atualizado, e divulga informações sobre novas aquisições, eventos e assuntos sobre bibliotecas externas como a Biblioteca Nacional (BN).



## 6.7 Consolidação dos Resultados

Foram pesquisados 107 perfis, e entre esses foi observado que a grande maioria é atualizada diariamente, com informações específicas de acordo com o perfil. Uma pequena parcela com informações gerais a respeito da instituição em questão, como concursos/ ingressos e eventos como congressos e palestras.

A minoria dos perfis divulga informações nomeadas de outros pela pesquisa, onde engloba informações externas à universidade, informações culturais e reclamações. Os perfis abandonados em sua maioria divulgavam informações rotineiras e outras apresentam apenas informações de boas vindas e apresentações, uma vez que estes foram abandonados logo no início. Não foram encontrados perfis atualizados por muito tempo e depois abandonados, todos foram abandonados em pouco tempo de uso.

Em muitos perfis foi percebida uma intensa relação entre o perfil e seus seguidores, onde as perguntas e sugestões são respondidas, existe troca de informação e *retwets* constantes, o que permite uma grande circulação de informação.

Os perfis que estão entre os mais atualizados são controlados por estudantes e centros acadêmicos, mostrando uma maior dedicação e preocupação com essa ferramenta. Poucos controlados por docentes estão entre os atualizados diariamente, mas ainda existem alguns que servem como ferramenta de divulgações específicas por parte de professores e coordenadores, geralmente divulgando inscrições, aulas e novidades. Foi visto ainda, que estes docentes utilizam o Twitter como ferramenta administrativa e de comunicação, para se relacionarem melhor tanto com alunos quanto com centros dentro e fora da instituição.

Foram encontrados na pesquisa alguns perfis de bibliotecas universitárias, e estes se encontram entre os mais atualizados e os que mais possuem troca de informação com seus Followers (seguidores).

Os perfis de bibliotecas divulgam informação sobre eventos relacionados a bibliotecas internas e também externas. Trabalham ainda como serviço de referência, uma vez que divulgam novas aquisições, empréstimos, cadastros, prazos e multas.

Diante dos objetivos propostos na pesquisa, temos o geral que pretende investigar o uso que



as UPBs fazem do Twitter, e frente a esse objetivo foi possível chegar aos resultados citados acima, pois entre os 107 perfis pesquisados cerca de 85% utilizam a ferramenta diariamente ou eventualmente, para divulgar suas informações, fazendo uso do Twitter como ferramenta de administração, comunicação e marketing dentro das universidades. A fim de integrar os centros acadêmicos, os cursos, professores e alunos, realizar trocas de informações no ambiente virtual de forma colaborativa, como a proposta pela rede social.

Entre um dos objetivos específicos temos, identificar a natureza e a importância do material informacional distribuído pelo Twitter em UPBs. Nesse ponto foi possível verificar que a grande maioria das informações divulgadas diz respeito a assuntos referentes aos perfis, como por exemplo, o perfil do Instituto de Matemática da UFF que divulga informações a respeito de horários, disciplinas, professores e eventos. Os perfis mais gerais como o da UFMG, divulgam informações sobre toda a universidade, como congressos, palestras, ingressos, vestibular, greves etc. E ainda temos os perfis de professores, que passam conhecimentos, através de *links*, a respeito de suas respectivas disciplinas ministradas na universidade, divulgam datas de provas e trabalhos e propõem discussões sobre as aulas, uma vez que a ferramenta é colaborativa e possibilita uma troca instantânea de informação.

A importância das informações divulgadas diz respeito a uma ampla disseminação, que acontece a qualquer hora e qualquer lugar, tendo em vista a possibilidade de utilizar a ferramenta mobile, de qualquer dispositivo que esteja conectado à rede. Tal importância também pode ser vista a partir da natureza das informações, além de qualquer um ter acesso, de qualquer lugar, temos informações importante como datas de provas, matérias, concursos e palestras sendo divulgadas por muitos e em segundos chegando a muitos outros, pela possibilidade de replicar a informação que a ferramenta oferece.

## 7 Considerações Finais

Em princípio, este estudo pretendeu abordar a Web 2.0 e suas ferramentas gratuitas colaborativas, que se expandiram na conjuntura atual, explicando o que é rede social, conceituando o objeto de estudo Twitter, e realizando pesquisas quantitativas e qualitativas acerca do uso que as UPBs escolhidas fazem de tal ferramenta.

Outro ponto que se pretendeu abordar e comprovar foi a usabilidade da rede social, sua interface simples, e voltada para o usuário, e a importância de alguns aspectos, que tornam a navegação na Web menos complexa. O Twitter surgiu como uma das redes sociais mais simples, desde sua interface até seu sistema, possibilitando que qualquer pessoa consiga navegar. Dessa forma, logo ganhou espaço e passou a ser utilizado também como ferramenta de trabalho, já que possui muitas vantagens.

As universidades brasileiras escolhidas foram UFRJ, UFMG, UFF, UNICAMP, USP e UFPB, pois estas foram as que mais fazem uso da rede social, alguns de seus perfis foram acompanhados por um tempo, a fim de analisar a sua atualização e a natureza de suas informações.

Pretendeu-se obter informações sobre o material disponível nos perfis institucionais das universidades brasileiras sobre o Twitter, sua importância e relevância no mundo acadêmico, mostrando como a rede social escolhida se configura como um importante instrumento de disseminação da informação, inserida em um cenário onde cada vez mais se buscam ferramentas colaborativas e interativas, que tenham grande alcance, repercussão e possam ser acessadas de qualquer lugar, a partir da disponibilidade de acesso a rede Internet.

Tivemos como resultado que a maioria dos perfis pesquisados são atualizados diariamente, com informações específicas de acordo com seu perfil, e os perfis mais gerais divulgam informações rotineiras, a respeito de toda a universidade, como eventos, concursos e novidades.

Foi possível também concluir que as UPBs estão fazendo uso da rede social, Twitter, como ferramenta de comunicação e até mesmo de administração, na divulgação e organização de atividades dentro das universidades. O uso de redes sociais vem crescendo e além de facilitar

a divulgação de informação, permite também a troca de informação; permite que usuário e produtor se confundam e possam trabalhar juntos, promovendo maior interação e participação.

Entre os perfis pesquisados, chegamos também aos perfis de bibliotecas universitárias, que ainda são poucos, mas acredita-se que a tendência seja crescer, uma vez que o uso da ferramenta permite que as bibliotecas disseminem informações relevantes aos seus usuários, e que estes possam também interagir junto com a biblioteca. Podemos citar que a maioria dos perfis de bibliotecas utiliza a rede social como ferramenta do serviço de referência, que vem ganhando muito espaço no ambiente 2.0.

Acredita-se que o uso das redes sociais como ferramenta de trabalho ainda seja pequeno, por conta da falta de conhecimento de alguns, pelo preconceito de levar algo pouco formal para dentro do ambiente de trabalho, e pela falta de vontade em se conhecer novas ferramentas e o medo de algo novo, medo de não saber lidar com a rede, o que afasta e intimida as pessoas a fazerem o uso intensivo dessas ferramentas que estão na moda.

Com as facilidades de interação que as redes sociais oferecem, os bibliotecários tendem a expandir seus serviços para a rede, e por mais que o Twitter permita apenas 140 caracteres, pode-se fazer o uso de hipertexto, fazendo com que o usuário siga o caminho sugerido pelos bibliotecários e dessa forma consiga alcançar seu objetivo, de forma colaborativa, interativa e podendo também ser móvel, aproximando bibliotecas e usuários e facilitando sua relação, uma vez que cada vez mais as bibliotecas se preocupam em atender o usuário com mais rapidez.

No momento em que nos encontramos nada é mais dinâmico e rápido que o bibliotecário levar seu serviço até seus usuários, através das redes sociais; encontrar seu público e realizar seu trabalho com mais eficiência, compartilhando conhecimentos e trabalhando de forma colaborativa.

## REFERÊNCIAS

AGNER, L. **Ergodesign e arquitetura de informação**: trabalhando com o usuário. 2.ed. Rio de Janeiro: Quartet, 2009. 196 p.

BLATTMANN, U.; SILVA, F. C. C. da Colaboração e interação na web 2.0 e biblioteca 2.0. **Revista ACB**, Florianópolis, v.12, n.2, p. 191-215, jul./dez., 2007.

BORGES, Maria Alice Guimarães. O profissional da informação: somatório de formações, competências e habilidades. In: BAPTISTA, Sofia Galvão; MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. **Profissional da informação**: o espaço de trabalho. Brasília, DF: Thesaurus, 2004. p. 55-69. (Estudos Avançados em Ciência da Informação v.3).

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Bloomington, v. 13, n. 1, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 27 maio 2011.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2006. 316 p.

CUDDY, Colleen. Twittering in Health Sciences libraries. **Jornal of Electronic Resources in Medical Libraries**, Abington, n. 6, p. 169-173, 2009. Disponível em: <<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=7&hid=107&sid=693c89a0-5576-49be-9960b30b8172ef91%40sessionmgr110&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=lih&AN=40627945>>. Acesso em: 01 jun. 2011.

CUNHA, Vanda Angélica da. A biblioteca pública no cenário da sociedade da informação. **Biblos**, ano 4, n.15, p. 67-76, abr/jun, 2003.

NIELSEN, Jakob, **Projetando Websites**. Editora Campus, Rio de Janeiro, 2000. 416 p.

OLIVEIRA, M. (Coord.) **Ciência da Informação e Biblioteconomia**: novos conteúdos e espaços de atuação. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005. 143 p.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0**: design patterns and business models for the next generation of software. 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 01 jun. 2011.

PAVÃO JÚNIOR, Jadyr; SBARAI, Rafael. O pássaro que ruge. **Veja**, São Paulo, ano 43, n. 25, p. 82-88, jun. 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <[http://www.redessociais.net/cubocc\\_redessociais.pdf](http://www.redessociais.net/cubocc_redessociais.pdf)>. Acesso em: 23 maio 2011.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 34, n. 2, p. 93, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/642/566>>. Acesso em: 18 de maio 2011.

TWITTER. **About us**. 2010. Disponível em: <<http://twitter.com/about>>. Acesso em: 18 maio 2011.

## APÊNDICE – Glossário

Para um melhor entendimento deste trabalho, segue um glossário com alguns dos termos mais utilizados pela rede social Twitter:

**Bio:** É um campo aberto que se encontra no canto superior direito do perfil do usuário, onde você pode escrever sua biografia.

**Direct Message:** mensagem que é enviada de forma privada para um usuário escolhido. Ninguém mais pode ver a mensagem a não ser quem a enviou e seu destinatário.

**Follow:** termo em inglês que significa "seguir" alguém.

**Follower:** O termo em português significa “seguidor”, encontra-se do lado direito, mostrando o número de perfis e/ou pessoas que te seguem, indicando que o seguidor receberá as atualizações de quem ele “segue” em sua *timeline*.

**Following:** Não possui uma tradução direta em português, mas se caracteriza pelo ato de “seguir alguém”; encontra-se do lado direito, mostrando o número de perfis e/ou pessoas que você segue. Indicando que este receberá as atualizações dos perfis desses “contatos” em sua *timeline*.

**Follow Friday:** Toda sexta-feira, os usuários indicam perfis que acham interessantes para que sejam seguidos por seus *followers*. Trata-se de uma *hashtag* do Twitter. Apresenta-se como #FF ou #FollowFriday.

**Hashtag:** palavra-chave da *tweet*, precedida do símbolo sustenido (#), onde o Twitter automaticamente cria um link para o Twitter Search mostrando os resultados de busca sobre aquele assunto.

**Reply:** se dá quando o *twitterer* utiliza o símbolo arroba (@) sucedido do nome do usuário ao qual ele quer fazer menção. Toda vez que isso acontece, o Twitter automaticamente envia a mensagem para o *twitterer* mencionado, ficando à mostra no perfil de quem mencionou. O

símbolo de *reply* @, junto ao nome do *twitterer* geralmente é usado em outros contextos para identificá-lo.

**Retweet:** são repostagens dos *posts/updates* realizados por determinado *twitterer*. Quando ele toma esta atitude, significa que quer que em seu perfil apareça aquele mesmo *post*. Pode ser feita de maneira manual – utilizando as letras “RT” sucedida do nome do *twitterer* e a mensagem a ser “repostada”, às vezes contendo um comentário de quem deu o RT – ou de forma automática, utilizando um mecanismo do Twitter, encontrado abaixo de cada *post* de sua *timeline*.

**RT:** vide Retweet.

**Timeline:** lista na qual são exibidas as *tweets* dos usuários que “seguem” e são “seguidos”.

**Twitter Search:** ferramenta de busca de *tweets*. Funciona como um motor de busca, mas se restringe a resultados dentro do próprio Twitter <<http://search.twitter.com>>.

**Tweet:** nome dado a cada mensagem postada no Twitter.

**Twittar:** verbo, ação ou efeito de postar alguma coisa no Twitter.

**Via:** usuário utiliza essa palavra seguida do nome do *twitterer* do qual ele coletou a informação da *tweet* postada. É uma espécie de menção de fonte do conteúdo.

**#:** No Twitter o emprego do símbolo # (sustenido) antes de uma palavra serve para identificar o assunto do *tweet*.

**@:** símbolo usado antes do nome de algum usuário para direcionar a mensagem a ele ou para se referir a ele.